Deutscher Bundestag **Drucksache 16/3298**

16. Wahlperiode 08. 11. 2006

Antrag

der Abgeordneten Klaus Brähmig, Jürgen Klimke, Dr. Hans-Peter Friedrich (Hof), Helmut Brandt, Dr. Hans Georg Faust, Uda Carmen Freia Heller, Hartmut Koschyk, Ingbert Liebing, Marlene Mortler, Bernward Müller (Gera), Dr. Norbert Röttgen, Anita Schäfer (Saalstadt), Wilhelm Josef Sebastian, Kurt Segner, Volker Kauder, Dr. Peter Ramsauer und der Fraktion der CDU/CSU
sowie der Abgeordneten Annette Faße, Reinhold Hemker, Renate Gradistanac, Hans-Joachim Hacker, Bettina Hagedorn, Gabriele Hiller-Ohm, Brunhilde Irber, Dr. h. c. Susanne Kastner, Lothar Mark, Hilde Mattheis, Heinz Paula, Olaf Scholz, Rita Schwarzelühr-Sutter, Engelbert Wistuba, Ludwig Stiegler, Dr. Peter Struck und der Fraktion der SPD

Nationale Naturlandschaften – Chancen für Naturschutz, Tourismus, Umweltbildung und nachhaltige Regionalentwicklung

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Am 6. Juni 1956 wurde in Deutschland das Naturparke-Programm für 25 Naturparks vorgestellt und damit die Grundlage für das heute bestehende System deutscher Großschutzgebiete (Nationalparks, Biosphärenreservate und Naturparks) geschaffen. Es gibt in Deutschland heute 96 Naturparks, die ein Viertel der Fläche der Bundesrepublik Deutschland einnehmen. Daneben verfügt Deutschland über 14 Nationalparks, davon allein 7 in den neuen Bundesländern, die oft zu Recht als Tafelsilber der deutschen Einheit bezeichnet werden, sowie 14 Biosphärenreservate.

Naturparks sind großräumige Kulturlandschaften, die überwiegend aus Landschaftsschutzgebieten und Naturschutzgebieten bestehen. Aufgabe der Naturparks ist es, den Menschen Erholungsmöglichkeiten zu bieten, einen nachhaltigen und naturverträglichen Tourismus anzustreben, zur regionalen Entwicklung beizutragen und der Erhaltung, Entwicklung und Wiederherstellung einer durch vielfältige Nutzung geprägten Landschaft und ihrer Arten- und Biotopvielfalt zu dienen.

50 Jahre Naturparks in Deutschland war der Anlass, das Jahr 2006 unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten Horst Köhler zum „Jahr der Naturparke“ zu machen. Unter dem Motto „Natürlich Naturparke“ soll in diesem Jahr mit speziellen Aktionen und Veranstaltungen aufgezeigt werden, was die Naturparks heute im Interesse der Allgemeinheit für Natur und Landschaft sowie als Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraum für den Menschen leisten.

Nationalparks umfassen großräumige, ursprüngliche und einzigartige Naturlandschaften wie das Wattenmeer, die Boddenlandschaften an der Ostsee, die Seen und Wälder um die Müritz und in der Eifel, die Felslandschaften der Sächsischen Schweiz oder die Gebirgsvegetation im Harz, im Bayerischen Wald

und in den Alpen. Sie dienen der Bewahrung der natürlichen Artenvielfalt von seltenen Pflanzen und Tieren sowie der natürlichen, möglichst unbeeinflussten Abläufe in der Natur. Dabei haben sie gleichzeitig das Ziel, die einzigartige Natur für Besucher erlebbar zu machen, was auch durch Informationszentren, Führungen, Exkursionen, Seminare und Vorträge unterstützt wird.

Biosphärenreservate fühlen sich dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung besonders verpflichtet. Thematische Schwerpunkte sind die Förderung nachhaltiger Landnutzungskonzepte sowie regionaler Vermarktungsstrukturen von nachhaltig erzeugten Produkten. Biosphärenreservate verbinden den Schutz der biologischen Vielfalt mit nachhaltiger Nutzung. Alle deutschen Biosphärenreservate sind von der UNESCO anerkannt und Teil eines Netzes von 482 Gebieten weltweit. Obwohl die Entwicklung des Tourismus kein ausdrückliches Ziel ist, werden einige Biosphärenreservate intensiv touristisch genutzt.

Einer von Bundesminister für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Sigmar Gabriel, im Februar 2006 vorgestellten EMNID-Studie zur Folge halten 88 Prozent der Befragten die Existenz von Nationalparks, Biosphärenreservaten und Naturparks für wichtig bzw. sehr wichtig. Nur 6 Prozent der Befragten in der EMNID-Studie gaben aber an, den Unterschied zwischen den verschiedenen Schutzgebietskategorien zu kennen. Bisher warben Nationalparks, Biosphärenreservate und Naturparks getrennt um Besucher. Dem Erscheinungsbild fehlte lange Zeit eine gemeinsame visuelle und kommunikative Komponente, ein Markenzeichen. Um die deutschen Großschutzgebiete zukünftig unter einem gemeinsamen Dach zu präsentieren, wurde die Dachmarke „Nationale Naturlandschaften“ geschaffen und im November 2005 vorgestellt. Orientiert hat man sich dabei u. a. an dem „National Park Service“ in den USA und dem „National Trust“ in Großbritannien. Die Dachmarke „Nationale Naturlandschaften“ hat mittlerweile ein einheitliches Erscheinungsbild sowie ein einheitliches Logo – einen dreifarbigen Punkt mit dem Schriftzug „Nationale Naturlandschaften“. Zudem macht sie es Interessierten leichter, sich zu informieren, indem Informationen zu den deutschen Großschutzgebieten erstmals zentral zugänglich gemacht werden.

Die Länderarbeitsgemeinschaft Naturschutz hat im September 2005 beschlossen, den Großschutzgebieten die Anwendung der Dachmarke „Nationale Naturlandschaften“ zu empfehlen. Von den 124 Großschutzgebieten sind bis heute bereits mehr als 100 dieser Empfehlung gefolgt und haben sich durch die Auswahl eines eigenen Punktes mit ihrem Erscheinungsbild an der Marke beteiligt.

Nationale Naturlandschaften liegen im Reisetrend. Insgesamt lässt sich eine wachsende touristische und ökonomische Bedeutung und Attraktivität der deutschen Großschutzgebiete als Reiseziel feststellen. 70 Prozent aller Befragten bevorzugen einen Urlaub dort, wo der Schutz der Natur durch Schaffung eines Nationalparks in den Vordergrund gerückt wird. Laut einer Studie des Studienkreises Tourismus und Entwicklung zu Urlaubsreisen und Umwelt aus dem Jahr 2004 ist für mehr als die Hälfte aller Befragten (54 Prozent) für die Auswahl des Urlaubszieles entscheidend, Natur dort unmittelbar erleben zu können. 35 Prozent der Befragten wählen ihr Reiseziel auch nach der Möglichkeit eines Natur- oder Nationalparkbesuches aus. Jedes Jahr zieht es schon jetzt rund 20 Millionen Besucher in die deutschen Nationalparks. Der Anteil der Natururlaube im engeren Sinn ist zwischen 1999 und 2004 von 18 auf 23 Prozent gestiegen.

Besonders für strukturschwache Regionen ist die nachhaltige touristische Nutzung der Schutzgebiete auch ein bedeutender ökonomischer Faktor. Großschutzgebiete leisten einen wichtigen Beitrag für die touristische Attraktivität der jeweiligen Regionen, sichern eine Vielzahl bestehender Arbeitsplätze vor allem im Gastgewerbe und im Einzelhandel und schaffen zusätzliche Arbeitsmöglichkeiten. Nach einer Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Um-

welt, Naturschutz und Reaktorsicherheit wurden an der Müritz 2004 nur durch die Besucher der Nationalpark-Region Bruttoumsätze von rund 13,4 Mio. Euro erzielt. Die mit dem Nationalparktourismus verbundenen regionalökonomischen Effekte entsprechen dort rund 630 Arbeitsplätzen. Im Naturpark Altmühltal betrugen die Bruttoumsätze durch landschaftsbezogenen Tourismus 20,7 Mio. Euro, im Naturpark Hoher Fläming 6,2 Mio. Euro. Im Altmühltal entspricht dies Beschäftigungsäquivalenten von 483 Arbeitsplätzen, im Hohen Fläming von 211 Arbeitsplätzen. Großräumige Naturschutzgebiete sind in Deutschland nicht nur attraktive Anziehungspunkte für Besucher aus dem In- und Ausland, sondern können darüber hinaus auch einen wichtigen Beitrag zur Vermittlung des Naturschutzgedanken in unserer Bevölkerung leisten. Das eigene, unmittelbare Naturerlebnis und ein ansprechendes Informationsangebot ist eine nicht zu unterschätzende Voraussetzung für eine breite Unterstützung des Naturschutzes.

II. Der Deutsche Bundestag begrüßt

- die gemeinsame Initiative von EUROPARC Deutschland und des Verbandes Deutscher Naturparke (VDN) zur Schaffung eines einheitlichen Erscheinungsbildes der deutschen Großschutzgebiete,
- die 2006 stattfindende Kampagne „Jahr der Naturparke“ unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten Horst Köhler, die zugleich die erste Kampagne der Dachmarke „Nationale Naturlandschaften“ ist,
- die Entwicklung der Dachmarke „Nationale Naturlandschaften“ mit einem gemeinsamen einheitlichen Erscheinungsbild der deutschen Großschutzgebiete im Rahmen eines Projektes zur Förderung von innovativen Kommunikationsstrategien für die Großschutzgebiete durch die Bundesstiftung Umwelt, das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und verschiedene Bundesländer,
- die damit verbundene gemeinsame Ansprache von Bürgern und Besuchern in den jeweiligen Regionen,
- die mit der Dachmarke „Nationale Naturlandschaften“ verbundenen Chancen für eine stärkere nachhaltige touristische, naturschutzfachliche und regionalökonomische Entwicklung der Großschutzgebiete und der benachbarten Regionen,
- die mit der im Rahmen der Kampagne „Jahr der Naturparke“ herausgegebene Buchreihe „Erlebnis Naturlandschaft“ sowie weitere Publikationen und die damit verbundene verbesserte Darstellung und Wahrnehmung der Naturparks in der Bevölkerung,
- die mit der Verbindung von Tourismus und Naturschutz einhergehende ökonomische Stärkung strukturschwacher Regionen,
- die mit der Entwicklung von Qualitätskriterien für alle Großschutzgebietstypen verbundene Unterstützung zur Verbesserung des Managements der nationalen Naturlandschaften.

III. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf,

- die Bemühungen von EUROPARC Deutschland und des Verbandes Deutscher Naturparke zur Entwicklung der Dachmarke „Nationale Naturlandschaften“, z. B. durch die finanzielle Förderung konkreter Projekte oder Publikationen für verschiedene Zielgruppen, weiter zu unterstützen;
- im Rahmen ihres Dialogs mit der Tourismuswirtschaft und den Landestourismusorganisationen auf die Potenziale des nachhaltigen Tourismus in nationalen Naturlandschaften in Deutschland, ihre Bedeutung für den Arten- und Biotopschutz sowie für die Umweltbildung hinzuweisen. „Natururlaub“

muss zu einem Markenzeichen des Deutschlandtourismus und zu einem hervorgehobenen Thema des Tourismusmarketing werden;

- bei der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und der Deutsche Bahn AG eine stärkere Verankerung von Reisen in nationale Naturlandschaften in ihrem Marketing anzuregen;
- die Entwicklung und Vermarktung von touristischen Angeboten der nationalen Naturlandschaften zu unterstützen, die den Besuchern ein authentisches Urlaubserlebnis ermöglichen;
- auf eine intensivere Nutzung der breiten Palette von Informations- und Bildungsangeboten der Nationalparks hinzuwirken, um das Umweltbewusstsein in unserer Bevölkerung zu stärken;
- durch eigene Präsenz und die dauerhafte Einbindung der nationalen Naturlandschaften in die Außendarstellung der Bundesrepublik Deutschland und der Bundesregierung die Bewusstseinsbildung in der Bevölkerung für die nationalen Naturlandschaften zu fördern;
- die Präsentation der nationalen Naturlandschaften national und international sowie auf Messen, wie z. B. auf der Internationalen Tourismus-Börse (ITB) 2007 zu fördern;
- in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Nachbarstaaten eine gemeinsame Außendarstellung und Vermarktung grenzüberschreitender Großschutzgebiete anzustreben;
- zu prüfen, ob Modellprojekte zum barrierefreien Natur- und Kulturerleben in den nationalen Naturlandschaften und die breite Umsetzung der dort gewonnenen Erkenntnisse gefördert werden können, um so ein Naturerleben – für alle zu ermöglichen;
- gegenüber den Ländern anzuregen, dass in die Ausbildungspläne von Berufs-, Fach- und Hochschulen für Touristiker Kenntnisse über die nationalen Naturlandschaften und die Ziele eines nachhaltigen Tourismus verbindlich aufgenommen werden;
- die Vermarktung regionaler Produkte aus den nationalen Naturlandschaften zu fördern, um so eine umweltgerechte Landnutzung, den Erhalt der Kulturlandschaften, regionale Wertschöpfungsketten sowie die mit regionaltypischen Produkten verbundene Stärkung der touristischen Attraktivität zu unterstützen;
- Angebote für nachhaltige Mobilität, z. B. Radwegenetze und gezielte, koordinierte Angebote des öffentlichen Personennahverkehrs in und zu den nationalen Naturlandschaften zu unterstützen;
- die nationalen Naturlandschaften stärker als bisher in die nationale Nachhaltigkeitsstrategie und in die nationale Biodiversitätsstrategie der Bundesregierung zu integrieren;
- die Möglichkeiten des Europäischen Regionalfonds zur Förderung der nationalen Naturlandschaften zu nutzen;
- weiterführende Initiativen zur Stärkung der Großschutzgebiete im Sinne der Nachhaltigkeit zu fördern und zu begleiten;
- über die Ergebnisse des „Jahres der Naturparke“ zu berichten.

Berlin, den 8. November 2006

Volker Kauder, Dr. Peter Ramsauer und Fraktion
Dr. Peter Struck und Fraktion

Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Telefax (02 21) 97 66 83 44
ISSN 0722-8333